

Список використаних джерел:

1. Шульга Н., Бесянко Л. Ризик-апетит у банках. SCIENTIA FRUCTUOSA. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2022. Вип. 145(5), 138–152; 2. COSO. Using Risk Appetite To Thrive In A Changing World. <https://www.coso.org/Shared%20Documents/COSO-Guidance-Risk-Appetite-Critical-to-Success.pdf>; 3. Fedulova I., Skopenko N. Risk appetite assessment framework. theoretical and applied issues of economics. 2020. № 40/41. С. 35–46. URL: <https://doi.org/10.17721/tpe.2020.40.3> (дата звернення: 30.01.2023).

**Філімонов Ю.Л., канд. екон. наук, доцент**  
**Когаль О.В., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр**  
**Державний біотехнологічний університет, Україна**

### **Управлінські і маркетингові інновації в рослинництві**

Одним із основних напрямів підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва є диверсифікація діяльності, яка для сільськогосподарських товаровиробників характеризується суттєвим потенціалом для набуття нових конкурентних переваг, зниженням господарських ризиків та можливістю збільшити результативність використання ресурсів.

Диверсифікація стимулює зростання екологічної та соціальної ефективності, що у сукупності сприяє сталому розвитку сільських територій [1, 2, 3].

В найближчому майбутньому перспективними напрямками диверсифікації мають стати:

1. Виробництво органічної продукції; вирощування нетрадиційних с.-г. культур.
2. Насінництво, виробництво кормів, виробництво органічних добрив, переробка, заготівля, зберігання, пакування, транспортування, збут через власну торговельну мережу, освоєння нових географічних ринків.
3. Сільський туризм, біоенергетика, надання сільськогосподарських послуг, аутсорсинг тощо.

Прийняття рішення щодо диверсифікації діяльності має спиратися на результати аналізу потенційних конкурентних переваг, які вона дасть змогу сформувати. З позицій забезпечення конкурентоспроможності диверсифікація спрямована, передусім, на утримання або поглиблення вже існуючих переваг:

1. Диверсифікація дає змогу підприємствам найбільш досконало використовувати власні матеріальні ресурси.
2. Правильний вибір стратегії диверсифікації дає змогу підвищити конкурентоспроможність продукції та підприємства, збільшити збут продукції аграрного сектора завдяки задоволення потреб споживача.
3. Диверсифікація сприяє ефективному забезпеченню економічної та продовольчої безпеки держави.

4. Інтеграція з переробними підприємствами АПК підвищує рівень завантаженості і нівелює сезонність виробництва.

5. Диверсифікація аграрних підприємств дасть змогу отримати синергійний ефект.

6. При диверсифікації підприємств аграрного сектора зменшиться ступінь підприємницького ризику через ліквідацію залежності від єдиного виду продукції.

На нашу думку, з метою зменшення ризику діяльності сільськогосподарських підприємств та підвищення їх фінансової стійкості необхідно раціонально поєднувати ступінь спеціалізації та диверсифікації. Особливості антикризового управління аграрними підприємствами пов'язані, головним чином, з особливостями самого сільського господарства.

Особливістю маркетингової системи аграрних підприємств є діяльність, яка включає реалізацію, стандартизацію, сертифікацію, апробацію посівів, післязбиральну доробку, зберігання, логістику. Зважаючи на це основними принципами формування маркетингу в господарствах мають бути:

1. Максимізація прибутку.
2. Моніторинг витрат, цін, попиту, конкурентів.
3. Пристосування до вимог і побажань покупців.
4. Дослідження кон'юнктури ринку.
5. Поліпшення якості продукції.
6. Удосконалення каналів продажу продукції, стимулювання споживачів.

При формуванні цінової політики доцільно впроваджувати такі стратегії коригування цін:

1. Стратегія підвищення ціни продажу продукції:
  - ✓ продукування ранніх сортів і гібридів сільськогосподарських культур;
  - ✓ якісне зберігання насіння з метою розширення тривалості його збуту;
  - ✓ сортування і передпродажна доробка насіння.
2. Стратегія зниження ціни реалізації продукції:
  - ✓ знижки оптовим покупцям;
  - ✓ знижки при самовивозі продукції у великих обсягах;
  - ✓ знижки за додатково придбану партію товару.

Для реалізації стратегії продажу, орієнтованої на максимізацію прибутку, слід забезпечити такі умови:

- широкий і глибокий асортимент зернових та технічних культур.
- якісне складське господарство;
- власне розвинене транспортне забезпечення;
- значні масштаби виробництва продукції;
- можливість експорту продукції;
- сучасне програмне забезпечення;
- застосування ефективних інновацій при виробництві та реалізації продукції [4].

Впровадження у виробництво перелічених управлінських інновацій, на нашу думку, дасть змогу аграрним підприємствам значно підвищити ефективність виробництва продукції рослинництва як за рахунок більш раціонального

використання персоналу, так і через зростання виручки від реалізації продукції.

Список використаних джерел:

1. Бахчиванжи Л.А. Диверсифікація діяльності аграрних підприємств як стратегія управління соціально-економічним розвитком. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. 2013. № 6. С. 84–91. 2. Ткачук В. І. Диверсифікація аграрного підприємництва: монографія. Житомир : ЖНАЕУ, 2011. 268 с. 3. Степененко Н.І. Механізм формування стратегії диверсифікації агросервісних підприємств. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. №1(15). 2010. С.18–21. 4. Єгорова Н.Ю. Основні маркетингові заходи, спрямовані на інтенсивний розвиток конкурентоспроможної насінневої продукції. Харків: Харк. націон. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. 2006. С. 227–229.

**Хоменко Л.М., канд. екон. наук, доцент**

**Кохно А. О., Маначинський В.О., здобувачі вищої освіти ступеня бакалавр  
Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського,  
Україна**

### **Інновації в управлінні структурою капіталу на підприємствах нафтопереробної галузі**

В процесі управління капіталом провідним фактором виступає врахування підприємницького і фінансового ризику. За умов збільшення рівня ризику інвестори, як правило, вимагають більшої плати за вкладені кошти в підприємство. Важливо враховувати так званий ефект операційного важеля, який пов'язаний з наявністю у підприємства умовно-постійних витрат і проявляється в тому, що любі коливання обсягів виручки від реалізації завжди тягнуть за собою більш сильні зміни. Темпи зміни прибутку при коливанні виручки тим більші, чим вище у підприємства питома частка умовно-постійних витрат. Підприємство з більшою питомою часткою умовно-постійних витрат при збільшенні обсягів виручки отримує більший приріст прибутку. Разом з тим, при зниженні обсягів виручки спостерігається різке зменшення прибутку, що багатократно перевищує темпи зниження виручки.

Збільшення плеча фінансового важеля, як правило, свідчить, що фінансова залежність підприємства від зовнішніх інвесторів значно зростає. Зміни, які відбулися в структурі капіталу, з позицій інвесторів і підприємства мають різну оцінку. Банки й інші кредитори зацікавлені в ситуації, коли питома частка власного капіталу у клієнтів більш висока, що суттєво зменшує рівень фінансового ризику. Підприємства навпаки зацікавлені в залученні позичкових коштів з двох основних причин: відсотки по обслуговуванню запозиченого капіталу розглядаються як витрати, що не включаються в оподатковуваний прибуток; витрати на виплату відсотків, як правило, нижче прибутку, що отриманий від використання запозичених коштів в обороті підприємства, в результаті чого підвищується рентабельність власного капіталу. Нормативів